



PIANO DI CRESCITA

2022
2024

AGGIORNAMENTO 8 NOVEMBRE 2022

Cari azionisti,

come avevamo previsto a maggio 2022, Casta Diva (CDG) è uscita rafforzata dal biennio 2020-21 grazie al coraggio con cui ha affrontato la crisi pandemica e al suo posizionamento vincente: forte diversificazione dell'offerta, ampio reach internazionale e agevole accesso al mercato dei capitali.

Le recenti acquisizioni, Genius Progetti e We Are Live, stanno venendo integrate più velocemente del previsto. La crescita organica del 2022 ha portato il fatturato stimato a fine anno, al netto delle acquisizioni, oltre i livelli del 2019, a circa € 38 m. Il fatturato previsto per le due realtà acquisite GP e WAL è pari a circa € 36 m. Quindi possiamo dire con ragionevole certezza che il fatturato totale di CDG si attesterà nel 2022 intorno a € 74 m circa, con un EBITDA di circa € 5,4 m. Da qui la necessità di aggiornare al rialzo il Piano Industriale del maggio scorso. La Vostra Società raggiungerà con due anni di anticipo i risultati che erano previsti dal vecchio Piano alla fine del 2024.

Le nuove previsioni (oltre a quelle del 2022, ormai consolidate) che Vi presentiamo in questo aggiornamento sono interessanti, ma prudenti. L'incertezza della situazione internazionale e l'ancora non definitiva sconfitta del Covid ci consigliano di stare con i piedi per terra. Non possiamo tacere tuttavia il fatto che il successo di Casta Diva non è passato inosservato nell'ambito dei nostri mercati di riferimento. Abbiamo ricevuto diverse proposte per acquisire altre realtà, di dimensioni piccole, medie e grandi, attive in settori simili o contigui a quelli in cui operiamo. Stiamo analizzando queste offerte e valutando l'opportunità di allargare ulteriormente il nostro perimetro d'azione. Queste eventuali nuove acquisizioni potrebbero migliorare in futuro le attuali previsioni. Vi terremo aggiornati in merito.

Sul piano delle novità, segnaliamo la nostra partecipazione in qualità di soci fondatori alla Web 3 Alliance, un consorzio di società attive nella produzione di software e servizi, anche di comunicazione, relativi alle tecnologie del cosiddetto Web 3.0: metaverso, VR, AR, blockchain, NFT, AI. L'associazione si propone di affrontare insieme, in uno spirito di competitiva collaborazione, la prossima generazione del WEB e di portare all'attenzione del mercato eventi, innovazione, ispirazione, cultura, best practices. Come AD di CDG sono stato nominato vicepresidente del consorzio.

In campo ESG, Casta Diva si è segnalata per una campagna in favore dell'inclusione, durante il mese del Pride, giugno 2022, con lo slogan Make Diversity a DIVA! Successivamente è stato realizzato un corso di orientamento relativo al mondo LGBTQIA+. Su un piano più concreto, in considerazione del trend crescente dell'inflazione e dei costi delle bollette, Casta Diva ha deciso di dare quest'anno un aiuto economico di € 1.000 lordi a tutti i propri dipendenti (e collaboratori abituali) che abbiano un compenso lordo inferiore a € 100.000. Sarà attivato nel 2023 uno sportello che consentirà a chi ne senta il bisogno di rivolgersi a una psicoterapeuta per ottenere, ove necessario, un aiuto psicologico gratuito e riservato. Noi riteniamo che il benessere fisico e psichico dei nostri collaboratori sia sempre stato e sarà sempre di più alla base e al cuore del nostro successo.

Andrea De Micheli
Presidente e Amministratore Delegato

- Casta Diva Group (CDG) è una multinazionale della comunicazione quotata dal 2016 all'EGM di Milano, presente in undici Paesi e attiva in due settori: Creative Content Production e Digital & Live Communication (B2B e B2C).
- Nonostante la battuta d'arresto nel 2020-21 dovuta alla pandemia, ha registrato una crescita annua a doppia cifra dal 2005 al 2022 con un CAGR del 19%.
- Il Gruppo intende interpretare il suo ruolo di leader nel consolidamento del settore in atto.
- Il mercato è caratterizzato da alcuni trend di rilievo: un rinnovato entusiasmo nella Live Communication, la crescita costante dei media digitali, la crescente domanda di produzione di contenuti creativi per soddisfare le richieste proveniente dalle sempre più numerose piattaforme digitali.
- CDG ha dimostrato di avere il posizionamento, le competenze, la copertura geografica e il grado di strutturazione adatti a porre in atto una strategia di crescita per linee esterne, e si appresta già a superare l'obiettivo, dichiarato nel maggio scorso, di raddoppiare il Valore della Produzione in 30 mesi a partire dal 2021. **Tale raddoppio sarà conseguito e superato alla fine del 2022, dopo soli 12 mesi.**





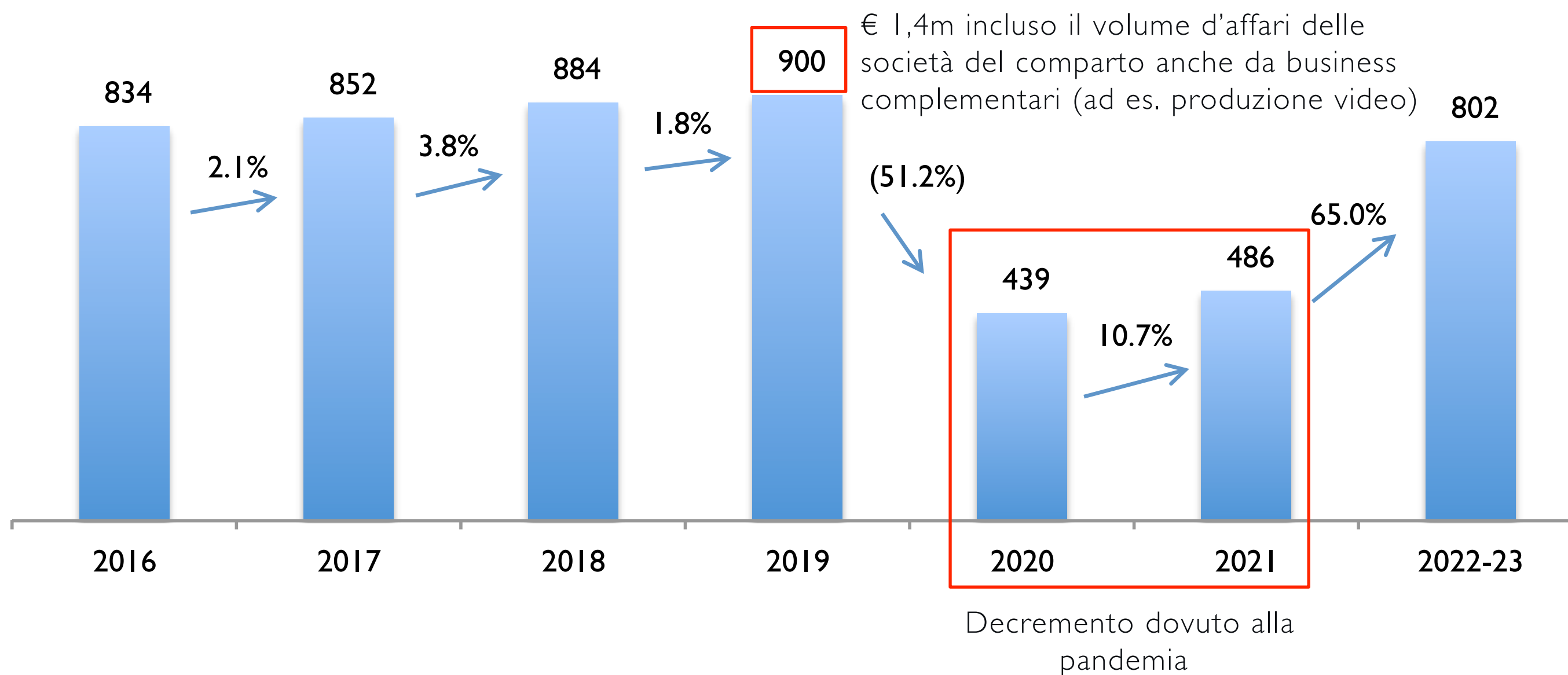
Casta

GROUP

IL MERCATO

Un settore in pieno recupero post-pandemico, ma con cambiamenti strutturali

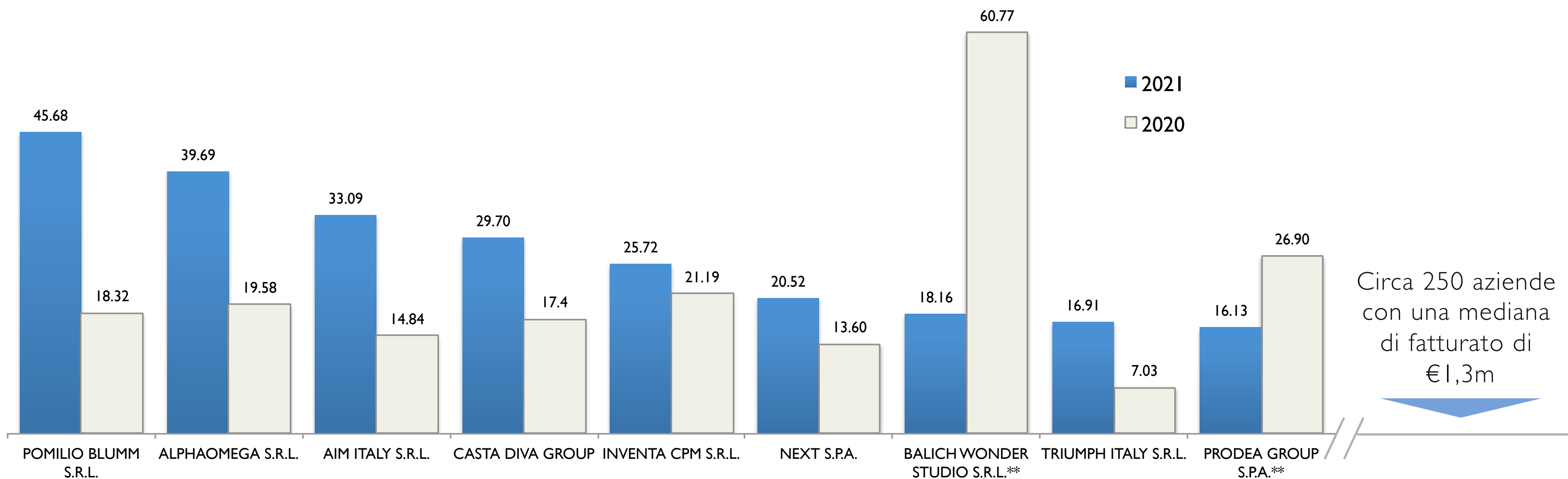
Dimensione e tasso di crescita in Italia (€m, %)



- Il mercato globale ha un fatturato in aumento, da \$805t nel 2017 a \$1.439t nel 2025, con un CAGR del 7,6%
- Il mercato italiano vale €486m (€872m secondo Plimsoll), con il 54% attribuibile alle prime 25 aziende; tale quota è aumentata del 4%, indice di una chiara tendenza al consolidamento
- Altre tendenze in atto: digitalizzazione (eventi “ibridi”), riduzione mini-eventi virtualizzabili (es. business meeting), sicurezza e sostenibilità

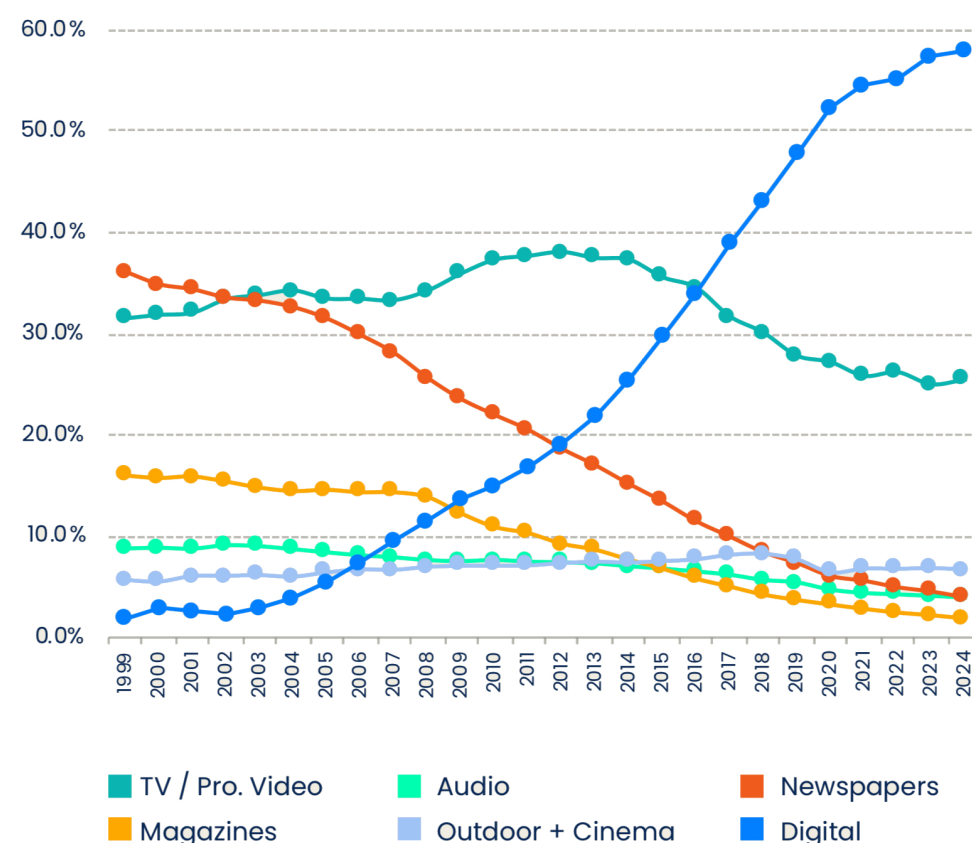
Casta Diva si posiziona al quarto posto tra le aziende italiane del settore della Live Communication*

VALORE DELLA PRODUZIONE (€M)



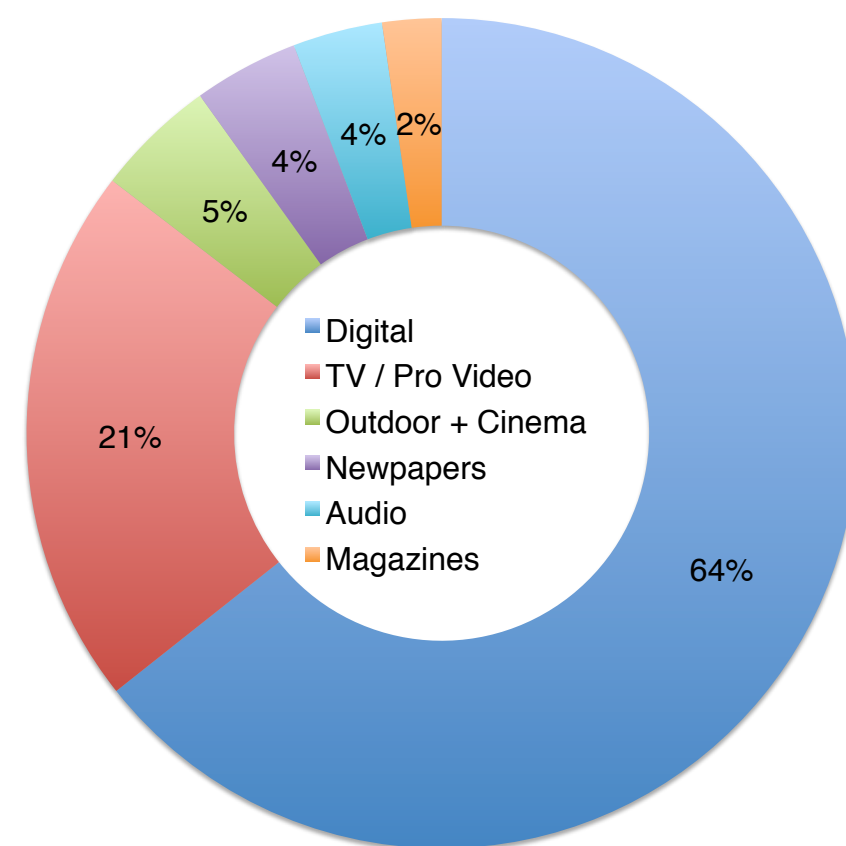
QUOTE GLOBALI DI PUBBLICITA' PER MEZZO

ANDAMENTO



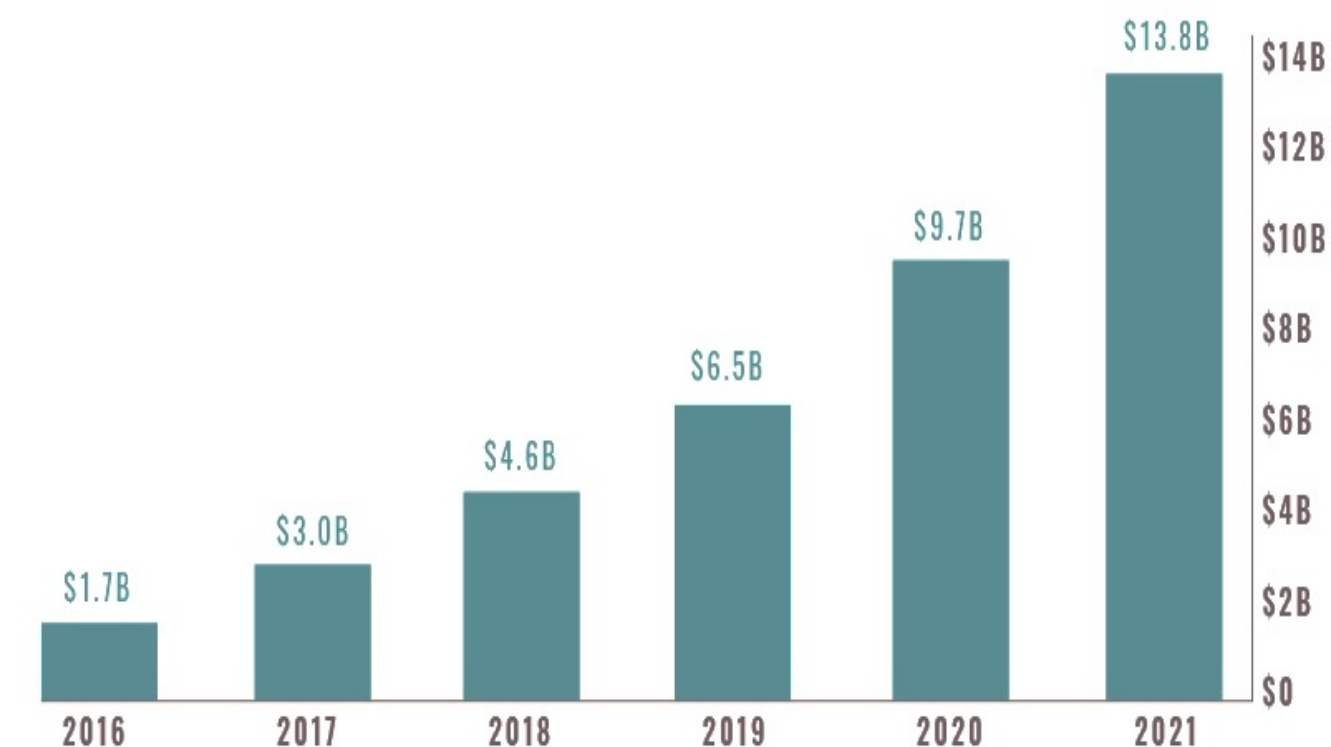
- Leadership del digitale, tenuta della TV...
- .. con forme comunque legate al video (40% dei budget dei grandi marchi)

DATI 2021



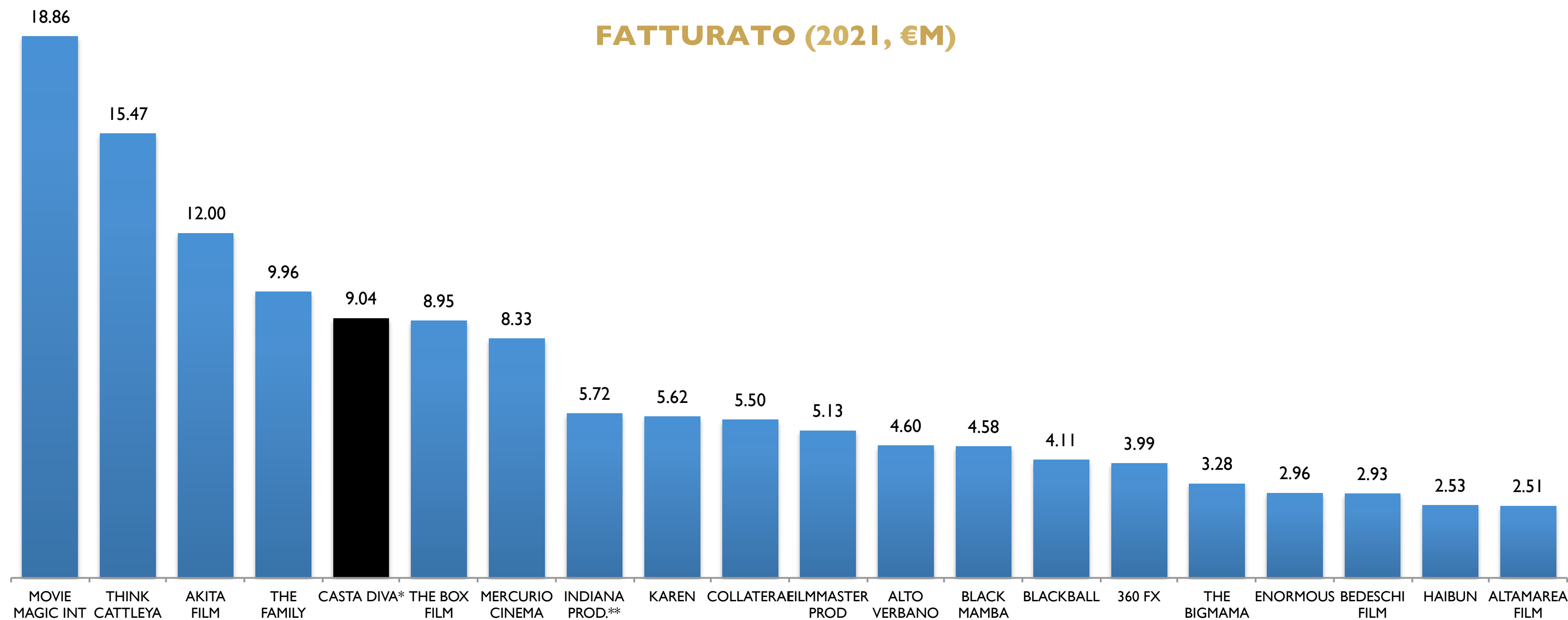
- Investimenti in integrazione tra digitale e mezzi tradizionali ("digital extensions"), pari al 16% dei budget tradizionali entro il 2024.

SPESA GLOBALE IN INFLUENCER MKTG (\$B)



- Divario in aumento tra fruizione dei media digitali vs tradizionali
- Opportunità di ampliamento dell'offerta su canali full-digital (es. influencer marketing)

Anche in assenza di acquisizioni, Casta Diva mantiene una posizione di rilievo tra i produttori italiani di spot pubblicitari



(*) Globale (**) Esclusa la parte Feature Films – Fonte: MediaKey



Casta ERM

GROUP

LA STRATEGIA DI CRESCITA

POSIZIONAMENTO

- Le dimensioni raggiunte dal Gruppo, la credibilità dello status di azienda quotata e l'ampiezza dell'offerta permettono di rivolgersi prevalentemente ai big spender pubblicitari, clienti con i quali è possibile instaurare relazioni fidelizzate ed ottenere maggiore stabilità dei flussi di ricavo.
- Il rapporto con i clienti deve quindi avere sempre più la connotazione di partnership strategica, con accordi quadro e fidelizzazione che permettano di uscire dai meccanismi di gara che generano incertezza, pressione sul prezzo ed impoverimento dello standing delle aziende di comunicazione.
- La presenza globale del Gruppo è un altro fattore determinante del posizionamento, sia per la capacità di rivolgersi a mercati a più alta capacità di investimento, sia per l'attrazione di talenti creativi e manageriali.
- Un altro importante elemento di integrazione della catena del valore è rappresentato dai format proprietari, che permettono di presidiare direttamente specifici segmenti di mercato catturando una target audience ben specifica sulla quale è possibile costruire continuità di fatturato, occasioni di cross-selling e generazione di lead per l'acquisizione di nuova clientela.
- Infine, la crescita costante della domanda di programmi tv incentiva le partnership con le nuove piattaforme

Big spender	Partnership strategiche	Presenza globale	Format proprietari
43 clienti attivi	7 accordi quadro attivi	13 sedi attive in tutto il mondo	3 format proprietari attivi

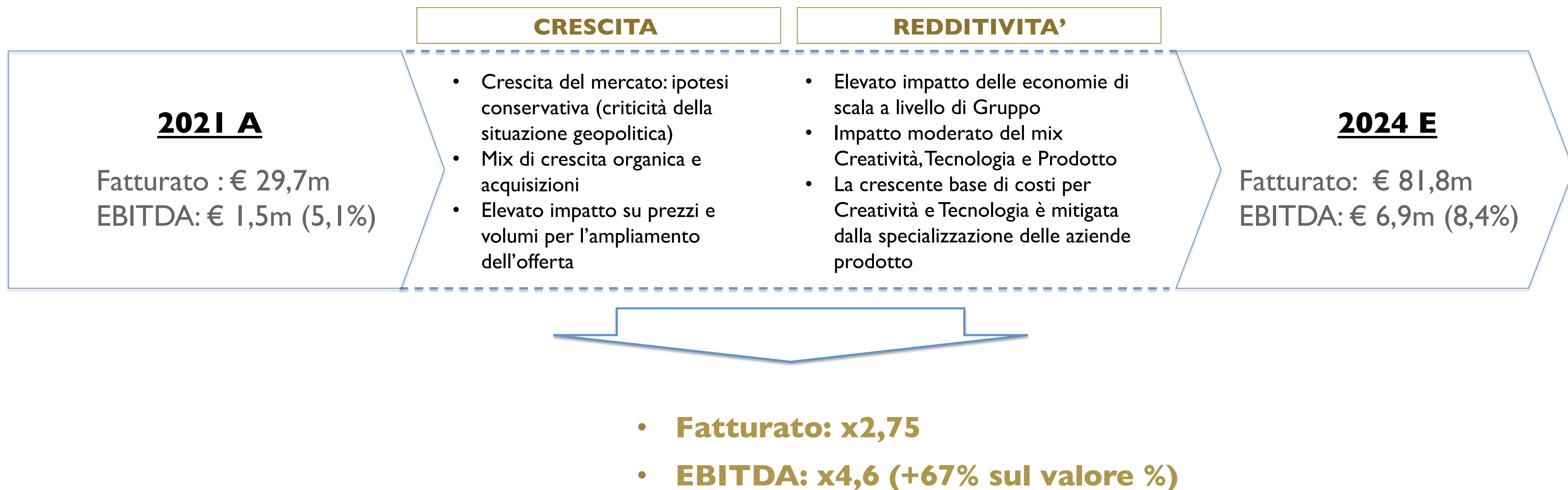
LEADERSHIP NEL CONSOLIDAMENTO DEL SETTORE

- È in atto un processo di consolidamento del mercato. Casta Diva Group è un aggregatore naturale di realtà dinamiche anche di medie dimensioni.
- La richiesta di solidità, richiesta al fornitore dai clienti più importanti per le commesse più consistenti, sta generando una selezione darwiniana degli operatori del settore. Inoltre, esiste lo spazio per acquisire eccellenze verticali di società-prodotto che possano beneficiare del coordinamento centrale di un Gruppo di maggiori dimensioni.
- CDG è quotata sul mercato EGM e ha accesso al mercato dei capitali. Dopo l'acquisizione di Genius Progetti e We Are Live è stata contattata da diverse realtà concorrenti che desiderano trovare una collocazione più solida.
- Sulla base di queste interlocuzioni, il Gruppo punta a diventare il leader nazionale nel settore della live communication. A fronte di questo percorso, già dichiarato nel piano 2022-24 e che prevede una crescita del fatturato di 2,4x dal 2021, il Gruppo si appresta ad anticipare i tempi superando gli obiettivi di breve termine.
- **Il percorso strategico delineato si pone come primario obiettivo la creazione di valore per gli azionisti, con riferimento sia al prezzo del titolo, sia alla distribuzione di dividendi.**

- L'agenda ESG è sempre all'attenzione del Gruppo e indirizza la strategia generale.
- Oltre alle attività indicate nel Piano del maggio scorso, sono state prese queste iniziative:
 - Campagna sull'inclusione durante il mese del Pride, giugno 2022: Make Diversity a DIVA!
 - Corso di orientamento per i dipendenti e tutti gli stakeholders sul mondo LGBTQIA+, erogato da Florencia Di Stefano-Abichian, giornalista ed esperta del settore.
 - Apertura nel 2023 di uno sportello di aiuto psicologico a cura di una psicoterapeuta a disposizione gratuita e riservata di tutti i dipendenti e i collaboratori abituali con compensi al di sotto di € 100.000.
 - Per la stessa platea: contributo una tantum di € 1.000 lordi come aiuto per affrontare la crescita dell'inflazione e delle bollette.
 - Cinque consiglieri indipendenti su sei, ben al di sopra del minimo richiesto di uno.

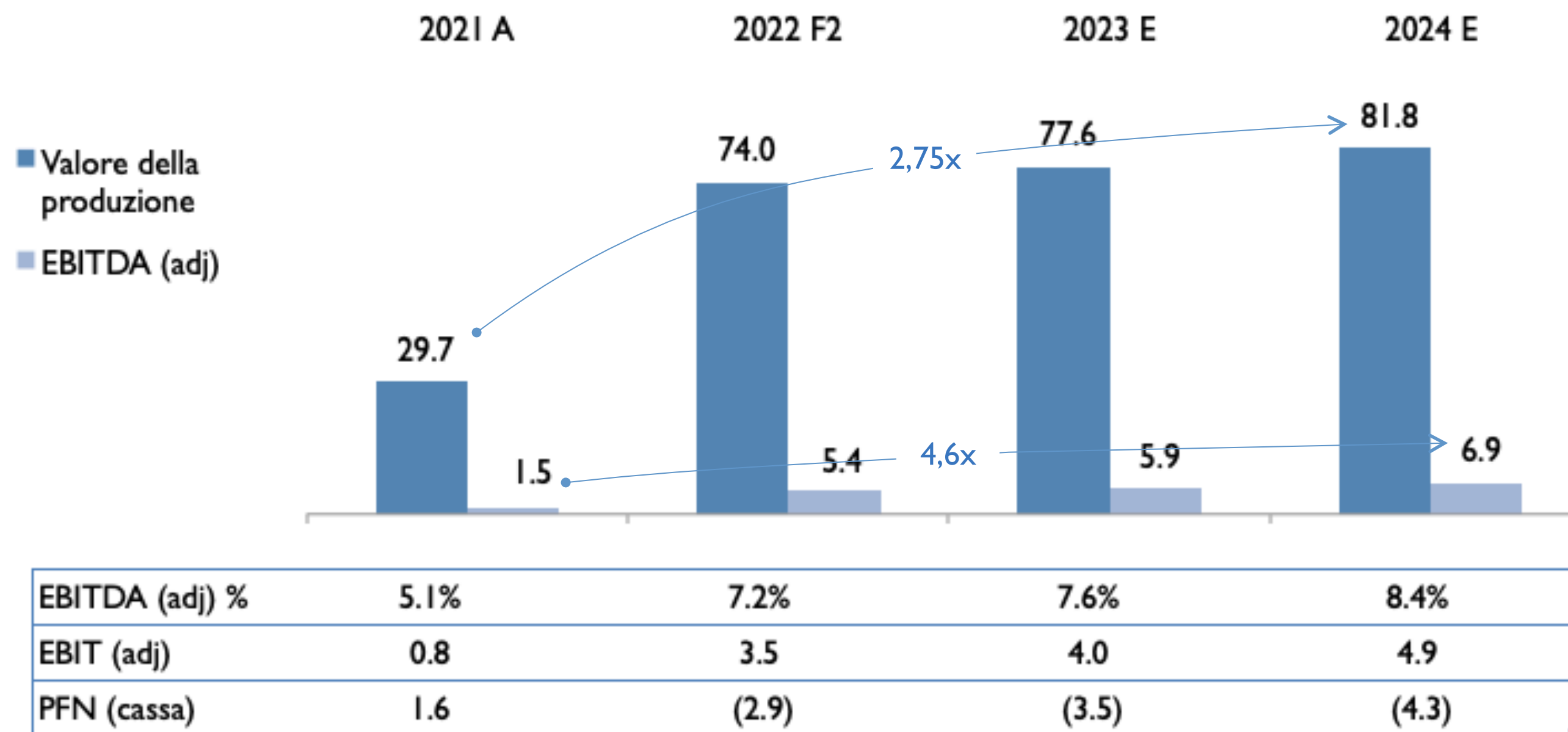


Tre pilastri strategici – Creatività, Digitale and Sinergie di Gruppo – a servizio della crescita di fatturato e del miglioramento della redditività

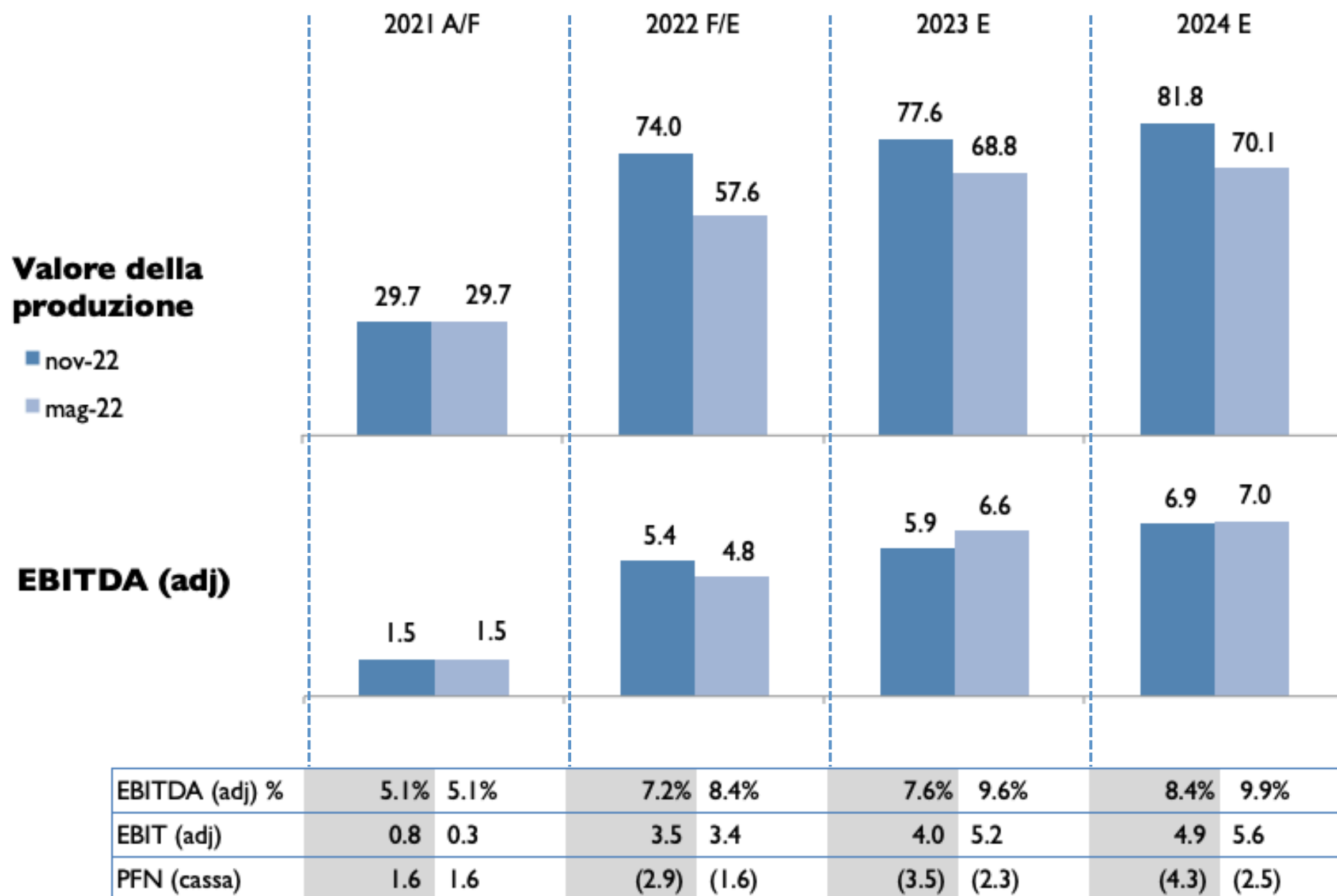


CDG punta ad un CAGR del 40% sul fatturato dal 2021 al 2024

Indicatori principali (€m, %)



Piano Industriale 2022-24: aggiornamento maggio 2022 vs novembre 2022 (€m, %)



- Il Gruppo si appresta a superare gli obiettivi a breve termine del piano presentato a novembre 2022
- Il piano è sviluppato in un'ottica prudentiale, con un leggero impatto sulla redditività 2023-24 delle operazioni di strutturazione organizzativa, necessarie per estrarre il pieno valore dalle realtà integrate

Piano Industriale 2022-24: aggiornamento maggio 2022 vs novembre 2022 (€m, %)

Procedendo al confronto dei dati di Piano Industriale 2022-2024 approvato lo scorso maggio rispetto al Piano Industriale 2022-2024 aggiornato approvato in data odierna, si segnala che i dati del 2022 sono migliorati a causa delle risultanze dei mesi estivi ed autunnali e di circostanze positive avvenute nella prima parte dell'ultimo quarter: alcune importanti gare vinte nel trimestre, nonché l'estensione di accordi quadro che si erano esauriti e sono stati prolungati da clienti ad oggi in essere. Tutto ciò ha dato un boost al portafoglio ordini, portando il dato di Valore della Produzione 2022 ad Euro 74,0 milioni, vs. Euro 57,6 milioni con un incremento del 28,4% a fronte dello sviluppo sopra evidenziato, il dato di EBITDA (adj) ad Euro 5,4 milioni, vs. Euro 4,8 milioni con un incremento dell'11,5%, segnando un sostanziale pareggio a livello di EBIT (adj) in conseguenza dell'impatto derivante dall'applicazione delle aliquote ordinarie di ammortamento ed un incremento del valore della PFN (cassa attiva) dell'81%, passando da Euro (1,6) milioni a Euro (2,9) milioni, anche grazie ad un sempre più attento lavoro sulle componenti finanziarie della gestione.

Il Valore della Produzione 2023 è previsto anch'esso in crescita del 12,8% vs il dato del Piano (Euro 77,6 milioni vs. Euro 68,8 milioni), con una riduzione dell'EBITDA adj del 10,6% vs. il dato del Piano (Euro 5,9 milioni vs. Euro 6,6 milioni), in considerazione dell'utilizzo progressivo della leva operativa, un dato di EBIT adj di Euro 4,0 milioni vs. Euro 5,2 milioni e un incremento del 52,2% della PFN (cassa attiva) da Euro 2,3 milioni ad Euro 3.5 milioni.

Il dato di Valore della Produzione 2024 in forza delle politiche di crescita che saranno intraprese ammonta ad Euro 81,8 milioni, vs. Euro 70,1 milioni con un incremento del 16,7%, il dato di EBITDA (adj) risulta in sostanziale pareggio ammontando ad Euro 6,9 milioni, vs. Euro 7,0 milioni grazie agli effetti sulla struttura della leva operativa, con una riduzione del 12,5% a livello di EBIT (adj) in conseguenza dell'impatto delle aliquote ordinarie di ammortamento ed un incremento del valore della PFN (cassa attiva) del 72%, passando da Euro (2,5) milioni a Euro (4,3) milioni anche grazie ad una più efficiente gestione del capitale circolante derivante dalla scelta di puntare sempre più su top client nei prossimi anni.



Casta Diva Group
SpA
Via Lomazzo, 34 - 20154 Milano

Andrea De Micheli – Chairman e CEO
a.demicheli@castadivagroup.com

Guido Palladini – CFO
g.palladini@castadivagroup.com